

パッケージやコンセプトを見直し、 首都圏で販路を拡大

株式会社あきた六次会

異業種のメンバーが立ち上がった。
完成したのは、味で群を抜くハム・ソーセージだ！

「六次化」で地域を元気にしたい

際立ったおいしさで注目されている株式会社あきた六次会「秋田比内地鶏ぴるない」ブランドのハム・ソーセージ。比内地鶏ならではの深い旨味と適度な歯ごたえがあり、絶妙な塩加減がその甘みと香ばしさを引き立てている。

原料は、大館市内で独自に育てた比内地鶏。餌に飼料米や乳酸菌を使い、柔らかな肉質とクセのない味を追究した。食肉加工を手掛けるのは、岩手県一関市に工房を構えるハム・ソーセージ作りのプロフェッショナルで、技術・経験・知識を積んだ職人だけに認められるドイツの国家資格「マイスター」の称号を持っている。

あきた六次会は、法人化して7年になる。大館青年会議所のメンバーが枝豆での町おこしを計画したことに始まり、「六次産業化を目指し、地域を元気にしよう」と、建設業や鉄鋼業、養鶏業などに就くさまざまなメンバーで組織され、地元特産の比内地鶏に着目し、ハム・ソーセージの開発を進めてきた。

ブランドの根幹を見直す

昔、米代川流域が「火内」と書いて「ぴるない」と呼ばれていたことからブランド名は「米代火内」に決定した。肉も味も、ブランド名も整い、商品シールも作って販路拡大に乗り出した。しかし、手応えはイマイチだった。

そこで相談相手としたのが、当センターのデザイン相談員だった。「味は良いが、品質や価格に対してパッケージデザインが合っていない。質やブランドに合ったデザインに」とのアドバイスを受け、パッケージを見

伝統的工芸品をはじめとする県内製造業者を対象に、産業デザイン、製品開発、マーケティング等についての専門的な助言等を行います。

【お問い合わせ】

あきた企業活性化センター/
知財・デザインセンター担当(あきた産業デザイン支援センター)まで。



商品は厚切りのハムステーキ、薄切りタイプのハム、ウィンナーソーセージなどがある。ハムは「プレーン」のほか、「ブラックペッパー」「グリーンペッパー」などのバリエーションがある。

直すことにした。「当社のハム・ソーセージは素材も味も特別なもの。さらに、比内地鶏のハムやソーセージは、ありそうでなかった商品。『もっとプレミアム感を出したデザインに…』と具体的なアドバイスをもらった。同時に社のコンセプトも見直し、自分たちのビジネスの根拠を整理することができた」と白川懸士社長は振り返る。

秋田を代表する名物に

専門員やデザイナーと思案を重ね、「比内地鶏」のブランド力や“マイスター仕込み”など、セールスポイントを明確に打ち出した新パッケージが完成した。コンセプトとデザインが定まったことで、東京の大手百貨店と商談が進むなど販路拡大は順調に進んでいる。さらに比内地鶏の飼育数を当初の10倍以上に拡大している。今後は雇用を増やし、社員を一関の工房で修業させ、自社で製造までを行う予定だ。「地域の新しい名物となるよう頑張りたい」と白川社長は力を込める。



デザイン相談員のアドバイスのもと、デザイナーとやり取りして完成した新パッケージ。



デザイン相談員と白川社長。昨年11月から打ち合わせを重ねてきた。株式会社あきた六次会の社屋は、元・保育園の校舎。



「今後は首都圏などで販路拡大を進め、鶏の飼育数の増加、自社の職人の育成、製造設備の導入を目指す」と力強く語る白川社長。

株式会社 あきた六次会

〒017-0021
秋田県大館市雪沢字積ヶ岱257
Tel.0186-59-4546
Fax.0186-59-4547
<http://akita-6gkai.jp>